

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center – Miami

6100 Waterford Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email. ttcmiami@gmail.com

วันที่ 16 – 20 พฤศจิกายน 2569

โอกาสทางการค้าจากการตลาดกระแสนิยมเกม GTA VI ในไมอามี



เนื้อหาสาระข่าว: กระแสจากการรอคอยของคนทั่วโลกกับการเปิดตัวเกมที่มีชื่อเสียงโด่งดังระดับตำนานอย่าง Grand Theft Auto (GTA) จากค่าย Rockstar Games ซึ่งกำลังจะเปิดให้แฟน ๆ ได้เล่นภาคใหม่ล่าสุดอย่าง GTA VI ในวันที่ 19 พฤศจิกายนนี้ และเป็นการสิ้นสุดการรอคอยมามากกว่า 13 ปี โดยเกม GTA มีลักษณะสำคัญคือการสร้างเมืองสำหรับผู้เล่นโดยจำลองแบบมาจากเมืองสำคัญของสหรัฐฯ ไม่ว่าจะเป็น มหานครนิวยอร์ก (New York City) มหานครลอสแองเจลิส (Los Angeles) เมืองซานฟรานซิสโก (San Francisco) เมืองลาสเวกัส (Las Vegas) และเมืองไมอามี (Miami) ซึ่งเป็นเมืองล่าสุดที่ได้ถูกเลือกให้เป็นเมืองเสมือนจริงอยู่ในเกม GTA VI ในครั้งนี้

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสานักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

โดยถือเป็นการกลับมาไมอามีเป็นครั้งที่สองนับตั้งแต่การเปิดตัวเกม GTA Vice City ย้อนกลับไปเมื่อปี ค.ศ. 2002 สร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าและบริการอย่างกว้างขวางในพื้นที่ไมอามี-เดด

“Vice City” และกระแสความนิยมในเมืองไมอามี

ที่มาของคำว่า “Vice City” นั้นมาจากเกม GTA ภาค Vice City (ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากละครทีวีจากยุค 80 ชื่อดังอย่าง “Miami Vice”) โดยเกมดังกล่าวได้จำลองแบบเมืองไมอามี และไมอามีบีช (Miami Beach) ไว้ด้วยกันให้กับผู้เล่นได้สำรวจและทำภารกิจต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเด่นในการแสดงสถานที่สำคัญทั้งหลายที่มีอยู่ในเมืองทั้งสองในชีวิตจริงไว้ทั่วแผนที่ของเกม ทำให้ผู้เล่นย่อมได้ซึมซับบรรยากาศ ทำให้เห็นภาพ และจินตนาการถึงเมืองไมอามี และไมอามีบีชของจริง ส่งผลให้เกิดกระแสความนิยมย้อนกลับมาของผู้ที่เคยเล่นเกมนี้จำนวนมาก ต่างหาโอกาสที่จะได้มาเยือนเมืองไมอามี และไมอามีบีชในชีวิตจริง เพื่อตามรอยเก็บบรรยากาศกับสถานที่สำคัญที่เคยเห็นในเกม เปรียบเทียบกับชีวิตจริง แม้ว่าวันเวลาจะพาให้สถานที่บางแห่งเปลี่ยนไปจากเดิมมากแล้วก็ตาม

อิทธิพลจากสื่ออย่างเกมและละครทีวีในข้างต้น เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชื่อ Vice City ได้กลายมาเป็นชื่อเล่นของเมืองเสมือนจริงไมอามี ทั้งยังมีส่วนสร้างให้เกิดวัฒนธรรมและลักษณะเด่นสะท้อนภาพจำเมื่อผู้คนนึกถึงไมอามีในเวลาต่อมา โดยภาพจำของเมืองไมอามี อาจหมายถึง บรรยากาศความเป็นเมืองริมทะเล, ต้นปาล์ม, แสงสีนีออนในโทนสีชมพู-ฟ้า, สถาปัตย์กรรมสไตล์ Art Deco, ซิก้า, รถคลาสสิก, วิถีชีวิตและการแต่งกายของผู้คนแบบกึ่ง Casual โทนสีที่โดดเด่น, นกฟลามิงโก้, ปลาโลมา และพะยูนซึ่งเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือลักษณะเด่นของไมอามีที่แฝงอยู่ในเกม GTA Vice City ในอดีต แต่ทว่าสิ่งที่จะปรากฏในเกม GTA VI ภาคใหม่นี้ จะยังคงคอนเซปต์เดิมดังกล่าวไว้ แต่จะมีการผสมผสานความเป็นเมืองไมอามีสมัยใหม่ให้เข้ากับยุคปัจจุบันมากขึ้น

ภาครัฐและธุรกิจท้องถิ่นต่อยอดทางการตลาด

อาศัยจังหวะกระแสที่เกม GTA VI กำลังจะเปิดตัวในช่วงกลางเดือนพฤศจิกายนนี้ รัฐบาลท้องถิ่นของเมืองไมอามี (Miami-Dade County) โดยนายกเทศมนตรี Daniella Levine Cava พึ่งได้มีการประกาศข้อตกลงความร่วมมือกับผู้ผลิตและพัฒนาเกม GTA VI อย่าง Rockstar Games เพื่อส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดของเกม GTA VI ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประกอบด้วย การใช้โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะสำคัญในพื้นที่เมืองไมอามี อาทิ สนามบินนานาชาติไมอามี (Miami International Airport) ท่าเรือไมอามี (Port Miami) ตลอดจนระบบขนส่งสาธารณะของเมือง ป้ายโฆษณาและสื่อในพื้นที่ โดยมีไฮไลท์สำคัญคือสนามกีฬาใจกลางเมืองอย่าง Kaseya Center ซึ่งได้มีการติดตั้งป้ายคำว่า “Welcome to Vice City” ขนาดใหญ่บริเวณทางเข้าสนามกีฬา และบนหลังคาของสนามกีฬาด้วยเช่นกัน ซึ่งป้ายดังกล่าวได้สร้างกระแสความฮือฮาไปทั่ว

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสานักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

โซเชียลมีเดีย จากการที่สถานที่สำคัญมากมายในเมืองไมอามีกำลังกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองจำลองใน Vice City ในโลกเสมือนจริงของเมืองไมอามี

เช่นเดียวกับเมืองไมอามีบีช (City of Miami Beach) ซึ่งได้ขานรับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้วยการทำข้อตกลงในลักษณะเดียวกันกับบริษัท Rockstar Games โดยมีการแทรกองค์ประกอบเด่นๆ ของเมืองในเกม GTA VI กระจายไว้ตามพื้นที่ต่าง ๆ ของไมอามีบีช อาทิ การติดตั้งป้ายคำว่า “Vice Beach” การตกแต่งชายหาดด้วยเก้าอี้และร่มชายหาดในโทนสีและลวดลายของเกม และการเปลี่ยนสีและลวดลายของป้อมไลฟ์การ์ด (Lifeguard House) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญเฉพาะของไมอามีบีช ในโทนสีและลวดลายของเกมด้วยเช่นกัน โดยองค์ประกอบเหล่านี้เกิดขึ้นในพื้นที่ Ocean Drive ซึ่งเป็นย่านการท่องเที่ยวระดับไอคอนนิกของไมอามีบีชด้วยเช่นกัน

ขณะที่บรรดาภาคธุรกิจไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านกาแฟ จนกระทั่งผับบาร์ในเมืองไมอามีจำนวนไม่น้อยต่างก็ตอบรับกับกระแสการเปิดตัวเกม GTA VI ซึ่งมาในแคมเปญหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การออกเมนู/รายการอาหารพิเศษเฉพาะช่วงโปรโมชันนี้ การตั้งเมนูที่มีชื่อเฉพาะล้อไปกับคำว่า Vice City สำหรับร้านกาแฟบางแห่งมีการออกแก้วพิเศษที่มีโทนสีและลวดลายล้อไปกับเกม GTA VI และคำว่า Vice City ขณะที่ผับบาร์หลายแห่งโดยเฉพาะย่านไมอามีบีชได้ร่วมกันจัดธีมอีเวนท์พิเศษ คอนเสิร์ต เพื่อเฉลิมฉลองการเปิดตัวเกม GTA VI อีกทั้ง ทีมบาสเก็ตบอลประจำเมืองอย่าง Miami Heat ก็ยังได้เปลี่ยนชื่อทีมเป็น Vice City เป็นการพิเศษในเกมการแข่งขันคืนก่อนถึงกำหนดวันที่เปิดตัว GTA VI อย่างเป็นทางการ ซึ่งได้ออกรายการสินค้าของสะสม (Merchandise) ลวดลายพิเศษออกมาเป็นจำนวนมาก และที่เป็นอีกหนึ่งไฮไลท์ก็คือการยกระดับย่าน Wynwood ซึ่งเป็นย่านศิลปะบนกำแพงที่มีชื่อเสียงของเมืองไมอามี โดยการเนรมิตงานศิลปะที่เฉลิมฉลองเกม GTA VI และความเป็น Vice City จนกลายเป็นอีกหนึ่งแลนด์มาร์กสำคัญเพื่อสร้างภาพจำให้กับเมือง และได้ต่อยอดไปเป็นการสร้างผลงานศิลปะสาธารณะ และสินค้าของสะสมซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากเกมทั้งสองผ่านการออกแบบร่วมกับศิลปินท้องถิ่นในไมอามี

โอกาสในการป้อนสินค้าเข้าสู่ตลาดไมอามี

จากกระแสทางการตลาดในพื้นที่ดังกล่าว สคต. ณ เมืองไมอามีเล็งเห็นว่า ความต้องการในสินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวเนื่องกับกระแสเกม GTA VI และความเป็น Vice City ในโลกเสมือนจริงของเมืองไมอามี อาจเกิดขึ้นในปริมาณสูงมากในระยะสั้น – ระยะกลาง และอาจจะไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในพื้นที่เมืองไมอามี และไมอามีบีชเท่านั้น เนื่องจากกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่ได้กล่าวถึงในข้างต้นนั้น บางรายการได้กำหนดวันมาแล้วว่าจะมีการดำเนินกิจกรรมไปจนถึงวันสุดท้ายของปีนี้ และในหลายรายการจะมีการยืดเวลาออกไปจนถึงอย่างน้อยช่วงกลางปีหน้าจึงจะมีการถอนสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านั้นออกไป ซึ่งจะเป็นช่วงเดียวกันกับที่กระแสความนิยมในเกม GTA VI จะพุ่งทะยานขึ้นสู่จุดสูงสุด แม้ว่ากิจกรรมทางการตลาดจะสิ้นสุดลง แต่เชื่อได้ว่าความนิยม และความ

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสานักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ต้องการสินค้าพรีเมียม ของที่รำลึกสะสมให้กับนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนเมืองไมอามี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มแฟนพันธุ์แท้ที่จะมาเพื่อตามรอยเกม GTA VI จะเป็นสิ่งที่ไม่จางหายไปโดยง่ายอย่างแน่นอน พิสูจน์ได้จากเกม GTA Vice City ซึ่งผ่านมาร่วม 25 ปีแล้ว แต่ผู้คนจำนวนไม่น้อยที่หลงใหลการเล่นเกมนี้ทั่วโลกก็ยังคงติดตาม รอคอย และเดินทางมาเมืองไมอามีเพื่อตามรอยความทรงจำสมัยวัยเด็ก วัยรุ่น หรือแม้แต่รุ่นใหญ่กันอยู่ถึงทุกวันนี้

ทั้งนี้ รายการสินค้าที่คาดว่าจะมีความต้องการสูง ประกอบด้วย

1) กลุ่มสินค้าแฟชั่นและของที่ระลึก: สินค้าแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย อาทิ เสื้อยืด เสื้อเชิตทรงปล่อย (Baggy) หมวกแก๊ป และแว่นตากันแดด ซึ่งออกแบบให้อยู่ในโทนสีนีออนชมพู หรือโทนสีพาสเทลสดใสเหมาะกับบรรยากาศเมืองชายทะเลที่มีชีวิตชีวา ตลอดจนสินค้าของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ที่ออกแบบโดยคงลักษณะเด่นของเมืองไมอามี และขายความเป็นวินเทจซึ่งล้อไปกับกระแสนิยมจากเกม

2) กลุ่มสินค้าอุปกรณ์การเล่นเกม และของตกแต่ง: สินค้าประเภทปลอกหุ้มคอนโซลเล่นเกม ไปจนถึงลำโพง ชุดหูฟังสำหรับเล่นเกม และอื่น ๆ ตลอดจนหลอดไฟและป้ายไฟ LED นีออนในรูปทรงต่าง ๆ ที่สะท้อนลักษณะเด่นของเมืองไมอามี เหมาะสำหรับการตกแต่งห้องนั่งเล่น

3) กลุ่มสินค้าอุปกรณ์และเครื่องใช้สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิง อีเวนท์ ธุรกิจการโรงแรมและร้านอาหาร: สินค้าแก้ว ถ้วย จาน และอื่น ๆ ที่สามารถย่อยสลาย หรือสามารถใช้ซ้ำได้ซึ่งเหมาะสำหรับการจัดงานปาร์ตี้สังสรรค์ริมสระว่ายน้ำ หรือสถานบันเทิง สินค้าอุปกรณ์เพื่อการตกแต่งโต๊ะอาหารและร้านอาหาร เช่น ผ้าปูโต๊ะ ที่วางแก้ว ที่รองแก้ว เป็นต้น

4) กลุ่มสินค้าอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์: เนื่องจากรถยนต์ทั่วไปและรถสปอร์ตเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดส่วนหนึ่งจากในเกม และเมืองไมอามีก็มีย่านที่นิยมการตกแต่งรถสูงพอตัวอยู่แล้ว อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ทั้งภายนอกและภายในรถอาจมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้นได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น ไฟนีออน LED แบบเส้นสำหรับตกแต่งภายในรถ กรอบป้ายทะเบียน ฟิล์มติดกระจกรถ และชุดแร็ปหุ้มสีรถ ซึ่งสะท้อนลักษณะเด่นของเมืองไมอามี และลวดลายโดนเด่นที่ปรากฏจากในเกม ไปจนถึงสเปรย์ปรับอากาศภายในรถในกลิ่นที่ให้ความเป็นเมืองริมทะเล

ทั้งนี้ ควรระวังและให้ความสำคัญกับขอบเขตจำกัดในการออกแบบและผลิตสินค้าซึ่งอาจคาบเกี่ยวกับประเด็นทางลิขสิทธิ์ หรือเครื่องหมายการค้า อาทิ หลีกเลี่ยงการใช้ชื่อเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเกม เป็นต้น

****

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสานักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด
FACEBOOK/thaitrademiami/ @thaitrademiami33126 Thai Trade Center-Miami Website

ที่มา: แหล่งสืบค้น/อ้างอิงข้อมูล:

1) "Miami-Dade County announces marketing package with Rockstar Games ahead of Grand Theft Auto VI release"
โดย/จาก Miami-Dade County Press Release

2) "GTA 6's Vice City Is Packed With Real Miami — Here's Every Spot So Far" **โดย** Brian Mazique **จาก** Forbes

3) "GTA VI releases soon. New marketing you may see in Miami-Dade" **โดย** Sarah Perkel **จาก** USA TODAY NETWORK

สคต. ไมอามี /วันที่ 18 พฤศจิกายน 2569

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสานักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด